

โมเดล 3S ในการสื่อสารทางการเมืองไทยยุคดิจิทัล:
ประยุกต์หลักสติและสัมมัตตาเพื่อป้องกันข่าวลวง

The 3S Model in Thai Political Communication in the
Digital Era: Applying the Principles of Mindfulness
and Samma-ttha to Prevent Fake News



ดร.ญิฮาด มะลูลีม

Dr.Jihad Maluleem

คณะสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

Faculty of Political Communication, Krirk Universit

Email: jihad.mal@krirk.ac.th

ณัฐกฤต เกิดกุลกิตติ์

Natthakrit Kerdkoolkit

คณะสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

Faculty of Political Communication, Krirk Universit

Email: 67130155@krirk.ac.th

ตอบรับบทความ (Received) : 14 กรกฎาคม 2568

เริ่มแก้ไขบทความ (Revised) : 29 กรกฎาคม 2568

รับบทความตีพิมพ์ (Accepted) : 16 สิงหาคม 2568

เผยแพร่ออนไลน์ (Available Online) : 27 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้ตรวจสอบแนวโน้มข่าวลวงทางการเมืองไทยในสื่อดิจิทัลระหว่างปี พ.ศ. 2562–2568 และเสนอ โมเดล 3S (Sati–Sammatta–Social Media) เป็นกรอบปฏิบัติเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรมต่อข่าวลวง งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมวิธี เริ่มจาก (1) การวิเคราะห์เอกสารข่าวลวง 4,500 ชิ้น และ (2) กรณีศึกษาเชิงลึก 3 กรณี ได้แก่ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม (AFNC), เครือข่าย Cofact และความร่วมมือ TikTok–กกต. ตลอดจนการทดลองย่อยกับโปรแกรมฝึกสติออนไลน์ 8 สัปดาห์และเวิร์กช็อปสัมมัตตา

ผลการวิเคราะห์พบว่าสัดส่วนข่าวลวงทางการเมืองเพิ่มจาก 18% (ปี 2566) เป็น 27% (ครั้งแรก 2568) โดยเฉพาะบน TikTok ที่เติบโต 25% ต่อปี โมเดล 3S ลดการแชร์ข่าวลวงลง 18% ภายใน 6 สัปดาห์ (ผ่านฟังก์ชัน Sati-Prompt) ลด confirmation bias 21% และเพิ่มการตรวจสอบแหล่งข่าว 19% โปรแกรมสัมมัตตาทำให้อัตราการแก้ไขโพสต์ผิดเพิ่มจาก 4% เป็น 19% ใน 3 เดือน

บทความเสนอให้บูรณาการโมเดล 3S เข้าสู่หลักสูตร Media & Information Literacy พร้อมสร้างระบบติดตามผลอัตโนมัติ เพื่อรักษาพฤติกรรมเชิงจริยธรรมในระยะยาว และเรียกร้องกองทุนนวัตกรรม Mindful Media สำหรับพัฒนา AI pre-bunking ที่เข้าถึงชุมชน

คำสำคัญ: สติ สัมมัตตา โมเดล 3S ข่าวลวงทางการเมือง

Abstract

This article analyzes the trend of political disinformation in Thai digital media from 2019 to 2025 and introduces the 3S Model (Sati–Sammatta–social media) to build ethical immunity against fake news. The study uses a mixed-method approach, including the analysis of 4,500 pieces of disinformation and in-depth case studies of the Anti-Fake News Center (AFNC), Cofact network, and the collaboration between TikTok and the Election Commission. Additionally, the research incorporates an 8-week online mindfulness training and Sammatta workshops.

The analysis reveals that the proportion of political disinformation increased from 18% in 2023 to 27% in the first half of 2025, with TikTok growing at a rate of 25% annually. The 3S Model reduced the sharing of disinformation by 18% within six weeks through the Sati-Prompt feature, decreased confirmation bias by 21%, and increased source verification by 19%. Concurrently, the Sammatta program raised the rate of false post corrections from 4% to 19% within three months.

The article recommends integrating the 3S Model into Media & Information Literacy curricula and developing an automated monitoring system to sustain ethical behavior long-term. It also calls for a “Mindful Media” innovation fund to support AI pre-bunking tools that effectively reach communities.

Keywords: Mindfulness (Sati), Sammatta, 3S Model, Political Disinformation

1. บทนำ

ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลทำให้คนไทยกว่า 85 % เสพข่าวการเมืองผ่านสมาร์ทโฟน ขณะเดียวกัน *ข่าวลวง* กลายเป็นความเสี่ยงเชิงโครงสร้าง ข้อมูลจาก AFNC ระบุว่าเดือนมกราคม 2567–มิถุนายน 2568 มีข่าวลวงทางการเมือง เฉลี่ย 2,617 ชิ้น/เดือน สูงกว่าปี 2566 ถึง 43 %¹ คลิป Deepfake ประกาศยุบสภาที่มียอดวิว 3.4 ล้านครั้งใน 24 ชม. เป็นตัวอย่างผลกระทบที่ลึกซึ้งทั้งด้านเศรษฐกิจ (เสียหายราว 60,000 ลบ./ปี) และความขัดแย้งทางสังคม (คดีความ 187 คดี) แนวทางเดิมอาศัยกฎหมายและ fact-checking เป็นหลัก แต่ประสบข้อจำกัดเรื่องขนาดข้อมูลและเสรีภาพ การแสดงออก งานวิจัยนี้จึงตั้งคำถามว่า “การผสมผสานหลักสติและสัมมัตตามพระพุทธรศาสนา เข้ากับการออกแบบแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล จะสร้างภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรมเพื่อลดข่าวลวงทางการเมืองได้จริงหรือไม่?” เพื่อให้กรอบ “โมเดล 3S” มิได้เป็นเพียงแนวคิดเชิงทฤษฎี แต่ก้าวข้ามสู่การปฏิบัติที่วัดผลได้ ผู้วิจัยมุ่งหวังผลสำเร็จเชิงองค์ความรู้และเชิงสังคมในภาพรวม 4 ประการต่อไปนี้

1) พัฒนารอบแนวคิดจริยธรรมเชิงบูรณาการ

สังเคราะห์หลักสติ (Sati) และสัมมัตตา (Sammatta) เข้ากับทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล เพื่อสร้าง “ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรม” (Ethical Immunity) ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

2) สร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านสื่อกับพุทธวาทกรรม

เติมเต็มช่องว่างงานวิจัยที่ยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าหลักธรรมทางพุทธศาสนาช่วยลดการแพร่กระจายข่าวลวงได้อย่างไร โดยผลิตข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่ตรวจสอบได้

3) พัฒนาเครื่องมือและกิจกรรมต้นแบบ

ออกแบบโปรแกรมฝึกสติ เครื่องมือ AI pre-bunking และ nudges (เช่น Sati-Prompt, เจตนาท่อนคลิก Popup) ที่สามารถถ่ายทอดสู่การใช้งานจริงของภาคการศึกษา ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

1. Anti-Fake-News Center Thailand, *Monthly Disinformation Report*, (Jan–Jun 2025).

4) สร้างผลกระทบเชิงนโยบายและการเรียนรู้สาธารณะ

ผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวทางปรับปรุงหลักสูตร Media & Information Literacy (MIL) ให้รองรับมิติทางจริยธรรม พร้อมเผยแพร่ผลการทดลองสู่สาธารณะ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของสังคมไทยในการรับมือข่าวลวงระยะยาว

หลักสติ (sati) และสัมมัตตา (sammatta) ในพระพุทธศาสนาจะถูกประยุกต์ใช้เป็นกลไกป้องกันข่าวลวงอย่างมีประสิทธิภาพได้หรือไม่? เพื่อตอบคำถามดังกล่าว ผู้วิจัยได้พัฒนา “โมเดล 3S” (Sati–Sammatta–social media) ขึ้นเป็นกรอบแนวคิดหลัก โมเดลนี้เชื่อมโยงหลักการทางพุทธศาสนาเข้ากับระบบนิเวศสื่อดิจิทัล โดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ:

2. คำชี้แจงศัพท์ที่ผู้วิจัยนิยามขึ้นเอง

คำว่า “**สัมมัตตา**” (สะ-มัด-ตะ) ไม่ปรากฏตรงตัวในพระไตรปิฎก แต่ผู้วิจัยสังเคราะห์จาก *สัมมาทิฐิ* (ความเห็นชอบ) และ *สัมมาสังกัปปะ* (ความดำริชอบ) ภายใต้ *อริยมรรคมีองค์ 8* เพื่อให้ครอบคลุม “เจตนาชอบ” ของผู้ผลิตและผู้เผยแพร่ข้อมูลดิจิทัล จึงขอใช้นิยามเชิงปฏิบัติว่า “*สภาวะเจตนาที่ตระหนักถึงผลลัพธ์ทางจริยธรรมของการสื่อสาร พร้อมยอมรับความรับผิดชอบต่อข้อมูลที่เผยแพร่*”

กรอบทฤษฎี

1. หลักสติ: วัฒนธรรมเอเชียจำนวนมากใช้ mindfulness เป็นเครื่องมือควบคุมปฏิกิริยาอารมณ์ งานของ Tang² ชี้ว่าการฝึกสติช่วยเพิ่มการควบคุมตนเองด้านข่าวเท็จ
2. สัมมัตตา: แนวคิดเรื่อง right intention ในพุทธศาสนาเชื่อมโยงทฤษฎี Normative Media Ethics ว่าด้วยความรับผิดชอบเชิงเจตนา

2. Tang, Y., et al., “Mindfulness-driven interventions and digital misinformation”, *Information Systems Frontiers*, Vol. 26 No. 2 (2024), 501–521. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10258-5> SpringerLink.

3. Behavioral Nudge: Sati-Prompt สอดคล้องการออกแบบ choice architecture³

แผนผังโมเดล 3S
Sati - Sammatta - Social Media

 Sati สติ / การตระหนักรู้	 Sammatta สัมมัตติ / ความถูกต้อง	 Social Media สื่อสังคมออนไลน์
• การมีสติในการใช้สื่อ • ตระหนักถึงผลกระทบ • รู้เท่าทันข้อมูล • ควบคุมอารมณ์ • ใช้อย่างมีจิตสำนึก	• ข้อมูลที่ถูกต้อง • การตรวจสอบแหล่งที่มา • หลีกเลี่ยงข่าวปลอม • แชรอย่างรับผิดชอบ • ยึดหลักจริยธรรม	• เครื่องมือการสื่อสาร • แพลตฟอร์มแลกเปลี่ยน • เครือข่ายการเรียนรู้ • พื้นที่สร้างสรรค์ • ช่องทางการมีส่วนร่วม

รูปที่ 1 แผนผังโมเดล 3S (Sati-Sammatta-Social Media)

ความหมายของโมเดล 3S

โมเดล 3S เป็นแนวคิดที่นำเสนอการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบต่อ โดยเน้นให้ผู้มีสติ (Sati) ในการใช้งาน ยึดหลักความถูกต้อง (Sammatta) ในข้อมูล และใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือสร้างสรรค์เพื่อสังคม การบูรณาการทั้งสามองค์ประกอบนี้จะช่วยให้เกิดการใช้งานที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

กรอบแนวคิดนี้เสนอว่า การผสมผสานหลักธรรมในระดับปัจเจกและเจตนา เข้ากับการออกแบบเชิงระบบของแพลตฟอร์ม จะสามารถสร้าง ‘ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรม’ (Ethical Immunity) ต่อข่าวลวงได้อย่างยั่งยืน

3. Thaler, R. H. and Sunstein, C. R., *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, (Penguin Books, 2008).

3. วิธีการวิจัย

การศึกษาใช้ *Mixed-Methods* 2 ขั้นตอน เริ่มจากวิเคราะห์เอกสารข่าวลงที่รวบรวมจากฐานข้อมูล AFNC และ Cofact จำนวน 4,500 รายการ (ปี 2562–2568) ผ่านการเข้ารหัสเนื้อหา โดยวัดแนวโน้ม สัดส่วนและแพลตฟอร์มที่กระจายข่าวลงมากที่สุด จากนั้นเลือกกรณีศึกษา 3 แห่งที่สะท้อนภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจ ได้แก่ AFNC, Cofact และ TikTok–กกด. เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 30 ราย และสังเกตการณ์มีส่วนร่วมในกิจกรรม Hackathon “Sati X” ในชั้นทดลองภาคสนาม ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มประชากรเป้าหมาย 2 กลุ่ม

1. วัย 18–25 ปี ($n = 200$) ซึ่งสถิติจาก DataReportal (2025) ระบุว่า เป็นกลุ่มที่ใช้ TikTok สูงสุด

2. ผู้ผลิตคอนเทนต์ออนไลน์ ($n = 60$) ที่มียอดผู้ติดตาม $> 10,000$ คน

ใช้การสุ่มแบบหลายชั้น (multistage sampling) โดยเริ่มจากการสุ่มจังหวัด 4 ภาค แล้วสุ่มสถานศึกษา/องค์กร ก่อนสุ่มรายบุคคล เทคนิควิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพคือ *Thematic Coding* ด้วย MAXQDA ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนาและ *paired-sample t-test* เพื่อตรวจวัดผลก่อน–หลังการแทรกแซง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การเข้ารหัสเชิงเนื้อหา (Thematic Coding) ด้วยโปรแกรม MAXQDA และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation) และการตรวจสอบโดยสมาชิก (Member Checking) โดยกระบวนการวิจัยทั้งหมดผ่านการรับรองด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (เลขที่ REB-PS-2025-013)

4. การใช้คำศัพท์เฉพาะและกรอบกิจกรรมเชิงปฏิบัติ

4.1 คำศัพท์เทคนิค (Glossary) ที่ใช้งานวิจัย

ตารางที่ 1 คำศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

ศัพท์	ความหมายเชิงแนวคิด	ประยุกต์ใช้ในโมเดล 3S
สติ (Sati)	ภาวะรู้ตัวในปัจจุบันขณะ — สร้าง “ช่องว่างรู้เท่าทัน” (mindful gap) ก่อนตอบสนอง	ช่วยลด confirmation bias และการแพร่ข่าวจากแรงกระตุ้น
โปรแกรม “Mindful News Literacy”	หลักสูตรออนไลน์ 8 สัปดาห์ ฝึกสมาธิ (mindfulness meditation) กับทักษะรู้เท่าทันสื่อ	พัฒนาความสามารถคิดเชิงวิพากษ์และการตรวจสอบแหล่งข่าว
สัมมัตตา (Sammatta)	เจตนาชอบ (right intention) ครอบคลุม สัมมาทิฐิ + สัมมาสังกัปปะ	ยกระดับความรับผิดชอบของผู้ผลิต/ผู้แชร์เนื้อหา
เวิร์กช็อป “Sammatta Creators”	กิจกรรม 2 วัน ใช้ value-clarification และ design thinking สร้างคู่มือจริยธรรมส่วนบุคคล	เพิ่ม RightIntention Index และการโพสต์แก้ไข
สติ 3 วินาทีก่อนแชร์ (3Second Pause)	เทคนิค “หายใจ – มอง – คิด” 3 รอบ ก่อนกดแชร์	ทำหน้าที่ nudge ฝังเข้า UX ของปุ่มแชร์
หลัก “เจตนา ก่อนคลิก”	คำถาม 3 ข้อ (ประโยชน์? ผลลบ? แหล่ง?) ปรากฏเป็นป๊อปอัพก่อนคลิกลิงก์	เปลี่ยน default จาก “คลิกทันที” เป็น “ทบทวนก่อน”
SatiPrompt	ป้ายเตือนอัตโนมัติ (AI triggered prompt) เมื่อตรวจพบข้อความเสี่ยงข่าวลวง	ลดการแพร่ข่าวลวง 18 % (กรณี TikTok-กทศ.)
Ethical Immunity	ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรมที่เกิดจากการฝึกสมาธิ + สัมมัตตา + การออกแบบแพลตฟอร์ม	เป้าหมายสูงสุดของโมเดล 3S

หมายเหตุ: ศัพท์ทั้งหมดจัดเรียงแบบอัลฟาเบติกไทย-อังกฤษเพื่อให้ค้นหาง่ายและใช้เป็นดัชนีท้ายเล่มได้ทันที

4.2 ชุดโปรแกรมและกิจกรรมใช้จริงในภาคสนาม

ตารางที่ 2 กิจกรรมที่ใช้ในภาคสนาม

รหัสกิจกรรม	ชื่อ/รูปแบบ	วัตถุประสงค์จำเพาะ	เครื่องมือประเมินผลย่อย
A-1	Mindful News Literacy (ออนไลน์ 8 สัปดาห์ + กลุ่มปิด Line/Discord)	ลด confirmation bias และเพิ่ม sourceverification	แบบวัด CBias21, CriticalThinking Rubric
A-2	Sammatta Creators Workshop (2 วัน, onsite)	ยกระดับเจตนาชอบในการผลิตคอนเทนต์	RightIntention Index, Pre/Post Reflection
A-3	สติ 3 วินาทีก่อนแชร์ Challenge (กิจกรรมเชิงเกมฟาย 14 วัน)	ฝึก “pausebreatheverify” ให้เป็นนิสัย	Datalog การแชร์, แบบสอบถาม HabitFormation
A-4	หลักเจตนาคลิก Popup (integration test บน Web Extension)	ทดสอบประสิทธิภาพ intention nudge	Clickthrough Rate, ErrorCorrection Rate
A-5	Hackathon “Sati X” (48 ชม.)	สร้างต้นแบบ AI prebunking + SatiPrompt SDK	ExpertPanel Scoring, Prototype Piloting

สรุปผลเบื้องต้น

- A-1 ทำให้คะแนน Critical Thinking เพิ่มขึ้น +1.1 /5 และลดเจตนาแชร์ข่าวลวง -21 pp
- A-2 เพิ่มอัตราโพสต์แก้ไข/ขอโทษจาก 4 → 19 % ภายใน 3 เดือน
- A-3 ทำให้พฤติกรรม “หยุดคิด ≥ 3 วินาที” สูงขึ้นจาก 12 → 49 % ของเหตุการณ์แชร์
- A-4 ลดอัตราคลิกลิงก์ไม่มีที่มาลง 28% ในกลุ่มทดลอง (n = 120)
- A-5 ส่งผลให้ได้ต้นแบบ SatiPrompt v.0.9 ที่ตรวจจับข้อความบิดเบือนด้วย F1score = 0.82

4.3 การเชื่อมโยงกิจกรรมกับโมเดล 3S

- 1. ระดับปัจเจก (Sati) – A1 และ A3 สร้าง mindful gap แบบฝึกสติ/เกมิฟาย
- 2. ระดับเจตนา (Sammatta) – A2 ปรับฐานค่านิยมผู้ผลิตสาร สร้าง rightintention pledge
- 3. ระดับระบบ (Social Media) – A4 และ A5 ฝังหลักธรรมลงใน UX + AI prebunking

โมเดล 3S จึงมีใช่แค่แนวคิดเชิงทฤษฎี แต่เป็น “สถาปัตยกรรมจริยธรรม” ที่ปฏิบัติได้จริงผ่านกิจกรรมขนาดเล็ก-กลาง ซึ่งผสานทั้ง human training และ designbased nudges อย่างเป็นระบบ

5. ผลการวิจัย

ตาราง 3 แสดงดัชนีประสิทธิผล

ดัชนีประสิทธิผล	ก่อนทดลอง	หลัง 8 สัปดาห์/3 เดือน	Δ	p-value
Confirmation Bias Score	4.5	3.55	-0.95 (-21 %)	.001
Source Verification Rate	41 %	60 %	+19 pp	.012
Error-Correction Post	4 %	19 %	+15 pp	.008
การแชร์ข่าวลวง TikTok (Sati-Prompt)	100 %	82 %	-18 %	.015

กลุ่ม 18–25 ปีตอบสนองต่อ Sati-Prompt ดีที่สุด ลดการแชร์ข่าวลวง 23 % ขณะที่กลุ่มอายุ 40+ ลดเพียง 11 %

ต้นทุน-ผลประโยชน์

การประเมินต้นทุนแบบ Cost-Effectiveness แสดงว่าโปรแกรมออนไลน์ 8 สัปดาห์ใช้งบ ~75 บาท/คน/สัปดาห์ ในขณะที่กิจกรรม onsite (เวิร์กช็อปสัมมัตตา 2 วัน) ใช้งบ ~4,200 บาท/คน แต่ให้ผลเพิ่ม Right-Intention Index สูงกว่าเท่าตัว เสนอทางเลือกลดต้นทุนด้วยระบบ e-learning และ asynchronous coaching ผ่าน Line OA

5.1 ผลการประยุกต์ใช้หลักสติและสัมมัตตา

การทดสอบโมเดล 3S ผ่านกิจกรรมกึ่งทดลองให้ผลลัพธ์ที่น่าสนใจในหลายมิติ

1. มิติด้านสติ (Sati): โปรแกรมฝึกอบรม “Mindful News Literacy” แบบออนไลน์เป็นเวลา 8 สัปดาห์ ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมมีคะแนนการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking Score) เพิ่มขึ้นจาก 3.1 เป็น 4.2 (จากคะแนนเต็ม 5) และลดความตั้งใจที่จะแชร์ข่าวลวงจาก 41% เหลือเพียง 20% ผลการสัมภาษณ์ชี้ว่าผู้เข้าร่วมสามารถสร้าง «ช่องว่างแห่งการไตร่ตรอง» ก่อนกดแชร์ได้จริง

2. มิติด้านสัมมัตตา (Sammatta): เวิร์กช็อปเพื่อส่งเสริมเจตนาที่ถูกต้องสำหรับผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators) พบว่าดัชนีเจตนาที่ถูกต้อง (Right-Intention Index) เพิ่มขึ้นถึง 46% และที่สำคัญคือ สัดส่วนการโพสต์ขอโทษหรือแก้ไขข้อมูลที่ผิดพลาดเพิ่มขึ้นจาก 4% เป็น 19% ภายในระยะเวลา 3 เดือนหลังการอบรม

ตารางที่ 4 จากผลลัพธ์การจัดเวิร์กช็อปสัมมัตตา

ดัชนี	ก่อนอบรม	หลังอบรม 3 เดือน	เปลี่ยนแปลง
Right-Intention Index (1-5)	2.8	4.1	+46%
% ใช้บริการ Fact-Checking	27%	62%	+35 pp
% โพสต์ขอโทษ/แก้ไข	4%	19%	+15 pp

ที่มา: การเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัย (2568)

5.2 ผลลัพธ์จากกรณีศึกษา

การประยุกต์ใช้โมเดล 3S ในบริบทจริงผ่านกรณีศึกษา 3 แห่ง ให้ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม: การทดสอบ โมเดล 3S (Sati – Sammatta – social media) ผ่านกิจกรรมกึ่งทดลองให้ภาพเชิงประจักษ์ที่ชัดเจน 4 มิติ ดังนี้

1) มิติตระหนักรู้ (สติ – Sati)

- ผู้เข้าร่วมหลักสูตร “Mindful News Literacy” ออนไลน์ 8 สัปดาห์มีคะแนน *Critical Thinking* เพิ่มขึ้นจาก 3.1 เป็น 4.2 (เต็ม 5) และความตั้งใจจะแชร์ข่าวลวงลดลงจาก 41 % เหลือ 20 %

- ในเชิงกลไก รับรู้ “ช่องว่างแห่งการไตร่ตรอง” ก่อนกดแชร์ได้จริง พร้อมลด **confirmation bias 21 %** และเพิ่มการตรวจสอบแหล่งข่าว 19 % หลังจบโปรแกรม

2) มติเจตนาที่ถูกต้อง (สัมมัตตา – Sammatta)

- เวิร์กช็อป “Sammatta Creators” ยกระดับ *RightIntention Index* จาก 2.8 เป็น 4.1 (+46 %) ภายใน 3 เดือน
- อัตราโพสต์ขอโทษ/แก้ไขข้อมูลผิดพลาดพุ่งจาก 4 % เป็น 19 % (+15 pp) แสดงถึงความรับผิดชอบเชิงจริยธรรมที่สูงขึ้นของผู้ผลิตเนื้อหา

3) มติสถาปัตยกรรมแพลตฟอร์ม (Social Media Design)

- การฝัง “เจตนา ก่อนคลิก Popup” (A4) บนส่วนขยายเว็บช่วยลดการคลิกลิงก์ไร้ที่มาลง 28 % ในกลุ่มทดลอง (n = 120)
- ฟังก์ชัน “SatiPrompt” บน TikTok ก่อนแชร์คอนเทนต์ #เลือกตั้ง65 ลดการแชร์ข่าวลวงที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งได้ 18 % ภายใน 6 สัปดาห์

4) มติผลลัพธ์บูรณาการ (Ethical Immunity)

- เมื่อองค์ประกอบทั้งสามทำงานเสริมกัน โมเดล 3S แสดงศักยภาพเป็น “ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรม” ที่ลดพฤติกรรมแชร์ข่าวลวงในวงกว้าง ขณะที่กระตุ้นการตรวจสอบข้อเท็จจริงและความรับผิดชอบทางเจตนาอย่างยั่งยืน

โดยสรุป การประยุกต์ใช้ **สติ** ช่วยกลั่นกรองการตอบสนองเร่งด่วน, **สัมมัตตา** สร้างฐานคุณค่าด้านเจตนา, และการออกแบบ **สื่อดิจิทัล** ที่เกื้อหนุนทำให้ทั้งสองหลักธรรมถูกใช้งานได้จริงในระดับสังคมออนไลน์ ผลลัพธ์ทั้งสามมิติข้างต้นจึงยืนยันว่า โมเดล 3S มิได้เป็นเพียงทฤษฎี แต่เป็นกรอบปฏิบัติที่ measurably ยกระดับภูมิคุ้มกันข้อมูลผิดในประชาธิปไตยไทยยุคดิจิทัล

1. **Cofact Thailand:** การจัดอบรมสติสำหรับอาสาสมัคร (Volunteer Mindfulness Course) ควบคู่กับการให้คำมั่นสัญญาบนฐานของสัมมัตตา (Sammatta pledge) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความมุ่งมั่นของเครือข่าย ส่งผลให้ฐานข้อมูลข่าวที่ตรวจสอบแล้วขยายตัวเกิน 45,000 รายการในปี 2568

2. **TikTok-กต:** การใช้ฟังก์ชันเตือนสติ (Sati-Prompt) ที่จะปรากฏขึ้นก่อนผู้ใช้จะแชร์เนื้อหา ที่เกี่ยวข้องกับ #เลือกตั้ง65 สามารถลดการแชร์ข่าวลวงที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งได้ 18% ตลอดช่วงระยะเวลาโครงการ 6 สัปดาห์

3. **AFNC:** การเพิ่มแบบทดสอบเพื่อทบทวนเจตนา (Sammatta test) ก่อนการยื่นเรื่องร้องเรียนข่าวปลอม ช่วยลดจำนวนการร้องเรียนที่ซ้ำซ้อนและไม่เข้าข่ายลงได้ 23% ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568

6. อภิปรายผลการวิจัย

ผลลัพธ์ยืนยันข้อเสนอของ Pennycook & Rand⁴ ว่าการให้เวลาผู้ใช้ “หยุดคิด” ก่อนแชร์ ลดข่าวลวงได้มากกว่า “คำเตือนเนื้อหา” แบบเดิม ขณะเดียวกัน การฝังหลักสัมมัตตา เพิ่มอัตราการโพสต์แก้ไขข้อมูล คล้ายผลของ Ethical Design Framework ที่เน้นเจตนาเชิงคุณธรรม มากกว่าการควบคุมพฤติกรรมเพียงผิวเผิน

เมื่อเทียบกับ *behavioral nudges* ที่ไม่อิงศาสนา เช่น “Share-Check-Like” ของ Facebook พบว่าโมเดล 3S ได้ผลใกล้เคียง แต่มีข้อได้เปรียบด้านการยอมรับทางวัฒนธรรมในสังคมไทย และสร้างแรงจูงใจจากคุณค่าภายใน ไม่ใช่เพียงแรงกดดันภายนอก

ข้อจำกัดและทิศทางการวิจัยอนาคต

1. ช่วงติดตามผลจำกัดที่ 6–12 เดือน จำเป็นต้องศึกษา *longitudinal RCT* เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ระยะยาว

4. Pennycook, G. and Rand, D. G., “Nudging social media toward accuracy”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 700 No. 1 (2022), 133–150.

2. ยังไม่ครอบคลุมแพลตฟอร์มเข้าห้ส้อย่าง Telegram เสนอใช้ *automated content analysis* เพื่อศึกษาพฤติกรรมในห้องสนทนาปิด

3. ควรพัฒนาดัชนี “ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรม” เชิงปริมาณเพื่อวัดผลได้มาตรฐาน และทดสอบโมเดล 3S กับเทคโนโลยีเกิดใหม่ เช่น Metaverse

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย งานวิจัยนี้พิสูจน์ให้เห็นว่า การทำหลักสติและสัมมัตตา มาประยุกต์ใช้ผ่านกรอบ “โมเดล 3S” สามารถสร้าง “ภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรม” เพื่อต่อสู้กับปัญหาข่าวลวงทางการเมืองในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ชี้ชัดว่าโมเดลดังกล่าวสามารถลดพฤติกรรมการแชร์ข่าวลวง ส่งเสริมการตรวจสอบข้อมูล และยกระดับความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหาได้จริง การค้นพบนี้ได้ขยายพรมแดนความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อโดยนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมมาเป็นแกนกลางในการแก้ปัญหา

สรุปและข้อเสนอเชิงนโยบาย โมเดล 3S ผสานหลักสติและสัมมัตตาเข้ากับการออกแบบแพลตฟอร์ม สร้างภูมิคุ้มกันเชิงจริยธรรมได้จริงในยุคดิจิทัลไทย บทความจึงเสนอให้

1. บรรลุกิจกรรม “สติ 3 วินาทีก่อนแชร์” และ “เจตนา ก่อนคลิก” ในหลักสูตร MIL

2. จัดตั้งกองทุนนวัตกรรม “Mindful Media” สนับสนุน AI pre-bunking และ Sati-Prompt

3. ปรับปรุงมาตรฐานจริยธรรมสื่อดิจิทัล 2569 โดยเพิ่มหมวด “ความรับผิดชอบต่อเจตนา”

4. สร้างระบบติดตามผลอัตโนมัติ (Automated Tracking) เพื่อตรวจประเมินพฤติกรรมระยะ 6 เดือน–1 ปี

รายการอ้างอิง

- Anti-Fake-News Center Thailand. *Monthly Disinformation Report*. (Jan–Jun 2025)
- Pennycook, G. and Rand, D. G. “Nudging social media toward accuracy”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 700 No. 1 (2022). 133–150.
- Tang, Y. et al. “Mindfulness-driven interventions and digital misinformation”. *Information Systems Frontiers*, Vol. 26 No. 2 (2024). 501–521. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10258-5>.
- Thaler, R. H. and Sunstein, C. R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin Books, 2008.